

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi saat ini, setiap daerah menghadapi tekanan untuk meningkatkan pendapatannya dalam mendukung pembangunan dan pelayanan masyarakat (Saranani et al., 2023). Salah satu sumber pendapatan daerah yaitu berasal dari pajak daerah, yang berguna untuk mendukung pendanaan dan pengembangan dalam kegiatan pembangunan agar semakin meningkat dari masa ke masa (Astuti, 2020).

Kemajuan teknologi yang pesat diiringi dengan pertumbuhan bisnis membuat perkembangan reklame patut diperhatikan, terutama dalam hal perpajakan, yang mungkin menjadi sumber pendapatan yang cukup menjanjikan bagi pemerintah daerah (Rinaldi & Singgih, 2023). Salah satu sumber pendapatan pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah kabupaten/kota yaitu reklame (Hardianti et al., 2023).

Pajak reklame dikenakan pada penyelenggara reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan coraknya dirancang untuk kepentingan bisnis, digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan ataupun untuk menarik perhatian publik terhadap barang, jasa, atau orang, yang dapat dilihat, dibaca, atau didengar dari suatu tempat oleh orang umum (Herfina & Syofia, 2022).

Berdasarkan dengan ditetapkannya Peraturan Bupati Kabupaten Madiun No. 66 Tahun 2020 tentang petunjuk pelaksanaan pemungutan pajak daerah, Pemerintah Kabupaten Madiun memungut berbagai jenis pajak daerah yang pengelolaannya dibantu oleh instansi Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) untuk meningkatkan pendapatan daerah. Salah satu pajak daerah tersebut yaitu pajak reklame.

Pendapatan pajak reklame di BAPENDA Kabupaten Madiun, terdapat realisasi penerimaan yang sangat optimal. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat pencapaian yang sangat memuaskan, dikarenakan hasil penerimaan pajak reklame melebihi target yang telah ditetapkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun dari tahun sebelumnya.

Banyaknya bisnis dan industri di Kabupaten Madiun, memiliki potensi yang besar dalam pemungutan pajak reklame. Setiap industri baik jasa maupun non jasa, akan selalu membutuhkan media untuk mempromosikan barang atau produknya. Berdasarkan dengan pengenaan biaya untuk reklame di lokasi strategis yang dapat menarik perhatian masyarakat, pajak reklame memainkan peran penting dalam meningkatkan penerimaan daerah (Astuti, 2020).

Berdasarkan hasil penerimaan pajak reklame sudah sangat optimal, tetapi masih terdapat mutasi piutang pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun yang belum signifikan. Mutasi piutang menunjukkan adanya tunggakan pembayaran pajak reklame belum tertagih,

akibat dari wajib pajak reklame yang kurang patuh dalam pembayaran pajaknya. Kondisi ini dapat dilihat dari data tabel 1.1.

**Tabel 1. 1 Daftar Mutasi Piutang Pajak reklame di Kabupaten Madiun Tahun 2020-2023**

<b>Daftar Mutasi Piutang Pajak Reklame</b>	
<b>Masa Pajak</b>	<b>Saldo (Rp)</b>
2020	34.322.006
2021	34.342.068
2022	82.742.043
2023	65.671.043

Sumber: *Bapenda Kabupaten Madiun (data diolah penulis, 2024)*

Berdasarkan data tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa nilai mutasi piutang pajak reklame pada masa pajak 2020-2021 di Kabupaten Madiun mengalami peningkatan nilai mutasi pajak reklame, namun pada masa pajak 2022 dan 2023 di Kabupaten Madiun terjadi penurunan dikarenakan adanya penambahan pembayaran dari wajib pajak. Kesimpulannya bahwa, penerimaan mutasi piutang pajak reklame mengalami *fluktuatif* atau naik turun nilai yang tidak tetap.

Perbandingan ini menunjukkan bahwa, meskipun di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun berhasil mencapai target pendapatan pajak reklame atau bahkan melampauinya, namun di sisi lain masih terdapat piutang pajak yang belum tertagih. Hal tersebut dikarenakan, keterbatasan atau minimnya personil petugas pajak atau Sumber Daya Manusia yang khusus menangani pajak reklame dalam pengawasan pemungutan pajak reklame secara teratur, yang kemudian dari banyaknya tunggakan piutang pajak reklame tersebut memungkinkan tidak segera ditindaklanjuti.

Fenomena ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih efisien untuk menagih dan menyelesaikan piutang pajak reklame.

Peningkatan pajak dan optimalisasi pendapatan dari pajak reklame dapat dicapai melalui peningkatan kesadaran publik tentang pentingnya membayar pajak reklame, meningkatkan efisiensi administrasi pada proses pemungutan pajak, dan penggunaan teknologi informasi kepatuhan wajib pajak untuk menyempurnakan sistem administrasi (Ndiak, 2022). Hal tersebut sejalan dengan penelitian Rianty & Syahputera, (2020) dan Fatmawati & Adi, (2022) bahwa kesadaran wajib pajak bergantung pada mereka sendiri, baik dari pengalaman pribadi maupun dari orang lain, oleh karena itu jika kesadaran wajib pajak terus meningkat, kepatuhan mereka juga akan meningkat.

Sebagaimana untuk meningkatkan optimalisasi pemungutan pajak reklame secara keseluruhan, diperlukan perbaikan yang lebih proaktif, seperti lebih banyak himbauan dan pengawasan lapangan. Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang sejenis tentang optimalisasi pemungutan pajak dari Irianto et al., (2021), Aisyah et al., (2022) dan Martia, (2023) yang menjelaskan bahwa, diperlukan adanya strategi optimalisasi terkait keteladanan bagi petugas pajak kepada masyarakat dalam memberikan contoh disiplin taat pajak, yang sebagai bagian dari bentuk partisipasi aktif rakyat kepada negara.

Selain itu, terdapat faktor pendukung lainnya ialah dengan diterapkannya sistem jemput bola dimana petugas lapangan memungut

pajak dan retribusi serta melakukan pendataan atau inventarisasi melalui pemantauan di lapangan. Sedangkan penelitian lain dilakukan oleh (Hardianti et al., 2023) yang menyatakan bahwa, implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame dah berjalan cukup baik. Namun, ditinjau dari komunikasi masih kurang optimal dikarenakan, terdapat permasalahan yang ditemukan seperti kurangnya sosialisasi tentang pemungutan pajak reklame dan kurangnya tingkat kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama meneliti terkait optimalisasi pemungutan pajak reklame. Sedangkan *novelty* penelitian ini yang membedakan dari penelitian sebelumnya yaitu objek penelitian serta penelitian ini berkonsentrasi dalam mengidentifikasi penyebab dan solusi yang tepat untuk mengatasi mutasi piutang pajak reklame yang kurang signifikan dengan tetap mempertahankan target pendapatan pajak reklame yang sudah sangat optimal.

Kondisi yang seperti ini menjadikan daerah khususnya Kabupaten Madiun dituntut untuk menyediakan fasilitas baik sarana maupun prasarana dalam mendukung perkembangan daerahnya. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka penulis ingin mengkaji penelitian lebih jauh mengenai optimalisasi pemungutan pajak reklame yang dituangkan dalam bentuk laporan tugas akhir yang berjudul **“Optimalisasi Pemungutan Pajak Reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun?
2. Apa saja kendala yang dihadapi di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun dalam menerapkan prosedur pemungutan pajak reklame dan bagaimana cara mengatasi atau meminimalisir hambatan masalah tersebut?
3. Bagaimana optimalisasi pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun melalui evaluasi ketersediaan Sumber Daya Manusia?

## **C. Batasan Penelitian**

Permasalahan yang menjadi batas penelitian ini adalah, untuk menggambarkan ruang lingkup diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas terkait optimalisasi pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun.
2. Penelitian ini hanya membahas dari target dan pencapaian realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun 2020-2023 di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun.
3. Penelitian ini hanya untuk memaparkan serta membandingkan kesesuaian antara realisasi penerapan sistem pemungutan pajak reklame

di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun dengan tata cara atau mekanisme pemungutan sesuai Peraturan Bupati Kabupaten Madiun.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun dalam menerapkan prosedur pemungutan pajak reklame dan bagaimana cara mengatasi atau meminimalisir hambatan masalah ini.
3. Untuk mengetahui optimalisasi pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun melalui evaluasi ketersediaan Sumber Daya Manusia.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penulisan dari penelitian ini dapat dijelaskan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pembaca  
Menambah informasi, pengetahuan, dan wawasan terkait optimalisasi pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun.

2. Bagi Universitas

Sebagai bahan referensi bagi penulis tugas akhir selanjutnya dengan tema yang sama.

3. Bagi Instansi Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun

Memberikan masukan atau referensi dalam melakukan optimalisasi pemungutan pajak reklame di wilayah Kabupaten Madiun.